



การเรียนรู้ของ... ว่าที่นักการตลาดเพื่อสังคม

โครงการปลากะแฉังจากต้นน้ำทางปัญญา
สู่มูลค่าทางตลาดเรื่องเล่าชาวประมง

บ้านโตนดน้อย หมู่ 12 ตำบลหนองขนาน อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก โดยเฉพาะการแปรรูปปลาอกกะแฉ้จำหน่าย ในราคาไม้ละ 2 บาท ทำให้ชาวบ้านมีรายได้ค่อนข้างน้อย เพราะต้องขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ประกอบกับชาวบ้านไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อต่อรองราคา แต่ที่สำคัญคือปลาอกกะแฉ้ ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนหมู่มาก เมื่อเห็นปัญหา น้องๆ ทีม Superman มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จึงอาสาความรู้ด้านการตลาดที่ร่ำเรียนมาทำ**โครงการปลาอกกะแฉ้จากต้นน้ำทางปัญญาสู่มูลค่าทางตลาดเรื่องเล่าชาวประมง** เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ปลาอกกะแฉ้และเพื่อให้ปลาอกกะแฉ้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กระบวนการทำงาน



1

ศึกษาปัญหา ค้นหาโจทย์ การทำโครงการผ่าน “เรื่องเล่าจากปลาอกกะแฉ้”



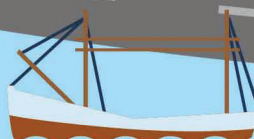
2

ลงพื้นที่เก็บข้อมูลทำ “แผนที่เดินดิน” ร่วมกับชาวบ้าน เพื่อทำความเข้าใจชุมชน



3

ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลวิถีทำปลา การแปรรูป การขาย และวิธีออกเรือ



คุณค่าที่เกิดขึ้น

ต่อเยาวชน

นำความรู้จากห้องเรียนไปใช้ประโยชน์ในการทำงานเพื่อชุมชน ทำให้เข้าใจวิชาที่เรียนมากขึ้น การทำโครงการทำให้ต้องแสดงความคิดเห็นของตัวเองกับเพื่อนร่วมทีม หรือเพื่อนๆ ในเครือข่ายเยาวชนภาคตะวันตกบ่อยๆ เกิดเป็นแรงผลักดันให้กล้าแสดงออกมากขึ้น ขณะเดียวกันก็หนุนเสริมให้รู้จักวางแผนเตรียมตัวในการเรียนและการสอบ จนผลการเรียนดีขึ้น

ต่อชุมชน

หนังสือเรื่องเล่าปลาอกกะแร้

ต่อมหาวิทยาลัย

นักศึกษาสามารถเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ จากการทำโครงการไปใช้ในรายวิชาเรียนได้ ช่วยพัฒนาทักษะชีวิต วิธีคิดของนักศึกษาให้เข้าใจและเคารพภูมิปัญญาของผู้คน เคารพศักดิ์ศรี ความเป็นมนุษย์ ยังทำให้นักศึกษา ได้เรียนรู้การเป็น “นักการตลาดเพื่อสังคม” ที่รับใช้ชุมชน สังคมได้อย่างแท้จริง จนผลการเรียนดีขึ้น



5 จัดทำหนังสือ
เรื่องเล่าปลาอกกะแร้

4 คนรู้จักปลาอกกะแร้อยู่ในวงจำกัด



การทำโครงการนี้ ทำให้ได้ความรู้ที่มากกว่าในห้องเรียน ทั้งการเรียนรู้ชุมชนและวิถีชีวิตผู้คน ฝึกทักษะการเข้าหาคน กระบวนการทำงาน และการวางแผน ที่แตกต่างจากชีวิตเดิมที่แค่อาจเรียนจบรับปริญญา แล้วหางานทำ ขณะเดียวกันก็ได้นำความรู้จากห้องเรียนไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรม เช่น การวิเคราะห์ SWOT ที่ได้ใช้ทั้งหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จนทำให้เข้าใจวิชาที่เรียนมากขึ้น และได้คำตอบว่า เรียนไปทำไม...

“บ้านโดนด้น้อย” หมู่บ้านชาวประมงเล็กๆ ในตำบลหนองขนาน อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ชาวบ้านส่วนใหญ่มีรายได้จากการขายหรือแปรรูป “ปลาออกกะแระ”¹ ที่ว่ารายได้ดังกล่าวกลับเทียบไม่ได้กับหยาดเหงื่อที่เสียไป ที่กว่าจะไปถึงมือผู้บริโภค ต้องผ่านกระบวนการส่งต่อหลายทอด

เมื่อนักศึกษากลุ่มหนึ่งจากสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีเห็นความเหนื่อยยากของชาวบ้านที่ต้องกรำแดด กรำฝน ฝ่าคลื่นลมออกทะเล แต่กลับไม่มีรายได้ที่แน่นอน ทำให้พวกเขาคิดนำความรู้เรื่องการตลาดที่ร่ำเรียนมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลาออกกะแระให้มีมูลค่ามากขึ้น เพื่อเพิ่มต้นทุนชีวิตแก่คนในชุมชน

¹ บ้างเรียก ปลากุลแล ปลาออกแล เป็นปลาทะเลสกุลหนึ่งในวงศ์ปลาหลังเขียว ลักษณะลำตัวแบนข้าง สันท้องแหลม เกือบหางกลมง่าย เป็นปลาน้ำเค็มอาศัยอยู่บริเวณผิวน้ำหรืออาจเข้ามาใกล้ฝั่ง

เมื่อการตลาดประสานวิถีชุมชน

“พอได้คุย ได้เห็นวิธีทำปลา ล้างปลา ตากปลา และราคาปลา ทำให้พวกเราที่เรียนการตลาดคิดต่อทันทีว่า ทำไมปลาไม่หนึ่ง 4-5 ตัว ขายแค่ 5 บาท เขาควรจะได้อาหารมากกว่านี้ แล้วก็ขายกันอยู่แค่ที่ริมถนนแถวหมู่บ้านเท่านั้น” ริชชี-ชนุดม กิตติสาเรศ เล่าถึงสาเหตุของการคิดทำโครงการ ทั้งที่ก่อนหน้านี้ ทีมงานซึ่งประกอบด้วย ริชชี หม่า-ธุรกิจ มหาธีรนนท์ แพค-พิทวัส บุญชูยิ่ง เนืท-ภัทร วิทยปรีชากุล และ ใจ-ภานุวัฒน์ สังกะเพศ ไม่เคยรู้จักปลาชนิดนี้มาก่อน แต่ละคนเป็นเด็กเมืองที่ไม่ได้มีวิถีชีวิตเกี่ยวข้องกับการทำประมงแต่อย่างใด แต่หลังจากที่ อาจารย์ดี๊ก-รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ปรึกษาโครงการชักชวนให้ทำโครงการปลังเด็กและเยาวชนเพื่อการเรียนรู้ภูมิสังคมภาคตะวันตก และแนะนำให้ไปดูเรื่องปลาออกกะแร้ที่หมู่บ้านโตนดน้อย พวกเขาตกลงใจทันที เพราะเห็นว่าเป็นโอกาสที่จะได้ใช้วิชาการตลาดให้เกิดประโยชน์กับชุมชน

“การลงพื้นที่ครั้งนี้สิ่งที่ต้องทำเป็นอันดับแรกคือ ทำความรู้จักวิถีชีวิตและสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้าน เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ให้เขาสบายใจที่จะพูดคุยกับเราก่อน จากนั้นจึงช่วยกันระดมคำถามที่อยากรู้”

ริชชี เล่าว่า ครั้งแรกที่ทีมงานลงไปสำรวจหมู่บ้านอย่างคร่าว ๆ เพื่อตามหาผู้รู้ในชุมชน แต่เพราะไปแบบไม่มีการวางแผน เลยไม่รู้จะถามใคร จึงไปเริ่มต้นที่โรงเรียนบ้านโตนดน้อย มีโอกาสได้พบกับครูท่านหนึ่งที่สอนวิชาพลศึกษา ที่ออกไปเรียนต่อนอกพื้นที่เพื่อทำตามความฝันที่อยากเป็นนักกีฬา แต่สุดท้ายเลือกเรียนครู แล้วกลับมาพัฒนาเด็ก ๆ รุ่นต่อไปที่บ้านเกิด ทำให้ทีมงานค้นพบเรื่องดี ๆ เรื่องแรกจากชุมชนที่คนรุ่นใหม่ที่ไม่ละทิ้งถิ่นเกิด และกลับมาช่วยเหลือชุมชน ซึ่งครูท่านนี้ช่วยให้ความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนไม่น้อย

หลังจากได้ข้อมูลชุมชนพอสมควร ทีมงานกลับมาวางแผนต่อ โดยตั้งใจว่าจะต้องทำความรู้จักกับปลาออกกะแร้ให้มากขึ้น เริ่มจากค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ก่อนกลับไปลงพื้นที่อีกครั้งเพื่อสอบถามจากชาวบ้านด้วย ทว่าการเข้าไปพูดคุยกับชุมชนเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน จึงรู้สึกไม่มั่นใจว่าจะทำได้

ริชชี เล่าว่า กังวลกันมากว่าผลจะออกมาเป็นอย่างไร จะถามคำถามครบไหม ชาวบ้านจะให้ความร่วมมือหรือเปล่า จึงคิดกันว่า การลงพื้นที่ครั้งนี้สิ่งที่ต้องทำเป็นอันดับแรกคือ **ทำความรู้จักวิถีชีวิตและสร้างความสัมพันธ์กับชาวบ้าน เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ให้เขาสบายใจที่จะพูดคุยกับเราก่อน** จากนั้นจึงช่วยกันระดมคำถามที่อยากรู้

หลังจากกลับจากหมู่บ้าน ความหวาดหวั่นที่เคยมีก็หายไป เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ให้การต้อนรับดี และร่วมมือตอบคำถามอย่างละเอียดครบถ้วนกว่าที่พวกเขาคิดไว้ ข้อมูลที่ได้จากชาวบ้านและข้อมูลจากโลกออนไลน์ถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อเขียนข้อเสนอโครงการ



ใจเล้าถึงขั้นตอนดังกล่าว่า พวกเขาแก้โครงการกันหลายรอบมาก ทั้งวัตถุประสงค์ กำหนดการ และแผนงาน เพราะถึงจะคิดออก แต่ยากตอนแปลงคำพูดเป็นภาษาเขียน แม้ทุกคนจะบ่นว่ายาก เนื่องจากไม่เคยทำ แต่ก็ทำออกมาจนสำเร็จ...

“การคิดอย่างรอบด้าน และการประเมินผลดีผลเสียที่จะเกิดขึ้น คือสิ่งสำคัญในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เพราะผลกระทบหรือความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอาจอยู่กับชาวบ้านไปทั้งชีวิต”

แป๊ก...ก็เปลี่ยน

แต่ความคิดที่ว่าสำเร็จก็แป๊ก...อีกครั้ง เมื่อได้รับคำชี้แนะจากที่ปรึกษาโครงการ และพี่เลี้ยงโครงการพลังเด็กและเยาวชนฯ ว่า การขายปลาอกกะแร้เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของหลายฝ่าย หากทำโครงการแบบที่ตั้งใจไว้ อาจสร้างความลำบากใจให้คนในชุมชนในระยะยาว หรือไม่ได้รับความเชื่อใจจากชาวบ้าน เพราะชาวบ้านทำเช่นนี้มายาวนานจนเกิดความเคยชิน

เพื่อรักษาสัมพันธภาพอันดีระหว่างกัน ทีมงานตัดสินใจเปลี่ยนเป้าหมายการทำโครงการมาเป็นการสร้าง “เรื่องเล่าของปลาอกกะแร้” ว่า กว่าจะมาเป็นอาหารในจานที่รอการลิ้มรส ปลาอกกะแร้ต้องผ่านกระบวนการอย่างไร เพื่อให้ปลาอกกะแร้เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภคมากขึ้น จนกลายเป็นที่ต้องการของตลาด

ริชชี เล้าถึงความตั้งใจของทีมว่า “ตอนนั้นเราช่วยกันคิดว่า ทำไมปลาทุแม่กลองถึงดัง เป็นเพราะมันมีเรื่องราว มีประวัติที่เป็นจุดขายที่ช่วยเน้นย้ำว่าจะกินปลาทุแม่กลอง

เลยคิดว่าแล้วเราจะสร้างเรื่องราวของปลาอกกะแ้ให้ดูน่าสนใจได้อย่างไร ก็คิดว่าน่าจะสร้างเป็นเรื่องเล่าว่ากว่าจะได้ปลาอกกะแ้มาชาวประมงต้องผ่านความยากลำบากแค่ไหน ทำให้ปลาที่นี้จริงรสชาติดีกว่าที่อื่น เป็นเพราะชาวบ้านใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการทำ ดังนั้นถ้าจะกินปลาอกกะแ้ต้องมากินที่บ้านโดนน้อย ซึ่งน่าจะดึงดูดใจผู้บริโภคได้ แล้วทำให้ราคาดีขึ้น”

ในที่สุดจึงเกิดเป็นโครงการปลาอกกะแ้จากต้นน้ำทางปัญญาสู่มูลค่าทางตลาด เรื่องเล่าชาวประมง พร้อม ๆ กับเป็นบทเรียนของทีมงานในการทำงานกับชุมชนว่า การคิดอย่างรอบด้าน และการประเมินผลดีผลเสียที่จะเกิดขึ้น คือสิ่งสำคัญในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับชุมชน เพราะผลกระทบหรือความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอาจอยู่กับชาวบ้านไปทั้งชีวิต

“เหตุผลที่ดึงชาวบ้านมาทำงาน เพราะอยากให้โครงการเกิดความยั่งยืนและเป็นของหมู่บ้านจริงๆ ไม่ใช่ของทีมงานที่เข้ามาไม่นานก็ออกไป และยังได้เห็นชาวบ้านจำนวนมากมาร่วมทำแผนที่ยังทำให้ทีมงานมีกำลังใจขึ้นมาว่าต่อไปจะได้เลื่อนงานพร้อมกับชาวบ้าน”

เรียนรู้ชุมชน พบต้นตอปัญหา

เมื่อได้ข้อสรุปการทำโครงการ ทีมงานลงพื้นที่อีกครั้งเพื่อเขียน “แผนที่เดินดิน” ซึ่งเป็นเครื่องมือศึกษาชุมชนที่พี่เลี้ยงโครงการพลังเด็กและเยาวชนฯ หยิบยื่นให้ เพื่อทำความรู้จักกับชุมชนให้ถ่องแท้ยิ่งขึ้น โดยขอความร่วมมือจากครูคนเดิมมาช่วยให้ข้อมูล และเพื่อให้ข้อมูลครอบคลุมรอบด้าน ครูจึงติดต่อผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และชาวบ้านคนอื่นมาร่วมให้ข้อมูลด้วย

“เราเริ่มจากชวนคิดชวนคุยว่า สถานที่สำคัญของหมู่บ้านแต่ละจุดอยู่ที่ไหน มีถนนเส้นไหนบ้าง บ้านของแต่ละคนอยู่ตรงไหน บ้านใครทำอาชีพอะไร แล้วให้เด็ก ๆ และชาวบ้านช่วยกันวาด ให้เขาได้มีส่วนร่วมกับเรา เพื่อต่อไปสามารถดึงเขามาร่วมงานกับเราได้ไม่ยาก” ใจ๋ บอกเล่าวิธีการเก็บข้อมูล

ริชชี บอกต่อถึงเหตุผลที่ดึงชาวบ้านเขามาร่วมทำงาน เพราะอยากให้โครงการเกิดความยั่งยืนและเป็นของหมู่บ้านจริงๆ ไม่ใช่ของทีมงานที่เข้ามาไม่นานก็ออกไป และยังได้เห็นชาวบ้านจำนวนมากมาร่วมทำแผนที่ยังทำให้ทีมงานมีกำลังใจขึ้นว่า ต่อไปจะได้เลื่อนงานพร้อมกับชาวบ้าน

ผลสำเร็จของการทำแผนที่เดินดินได้สร้างการเรียนรู้ให้ทีมงานมากกว่าฝึกบนกระดาษ ไม่ว่าจะเป็น “ทัศนคติของชาวบ้าน” ที่ยินดีจะให้พวกเขาเข้ามาช่วยพัฒนาการทำอาชีพกับปลาอกกะแ้ และ “วิถีชีวิตของชุมชน” ที่ต้องทำมาหากินบนปัจจัยที่ไม่อาจควบคุม นั่นคือ “ธรรมชาติ” ซึ่งกำลังมีปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง ภูมิอากาศ คลื่นลมแปรปรวน ทำให้

บางครั้งชาวบ้านออกเรือหาปลาไม่ได้นานนับเดือน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อแผนการทำงานของทีมงานด้วย

ริชชีบอกว่า **“การแก้ปัญหาการตลาดที่สนใจ แต่ตัวผลิตภัณฑ์อย่างเดียวจะทำให้การดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จ เพราะการพัฒนาสินค้าหนึ่งตัวจะมีหลายองค์ประกอบเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องคิดถึงปัจจัยภายนอกให้กว้าง เพื่อให้การแก้ปัญหาประสบผลสำเร็จ”**

แม้จะได้ข้อมูลมาก่อนข้างมาก แต่ทีมงานยังไม่ยุติการลงพื้นที่ เพราะตั้งใจสืบค้นข้อมูลไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะเข้าใจความเป็นมาของปลาออกกะแ้วตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางอย่างลึกซึ้ง การลงพื้นที่ที่ครั้งต่อ ๆ มาของทีมงานจึงเป็นการไปดูวิธีทำปลา แปรูปปลา ขายปลา ไปจนถึงการสอบถามการออกเรือ ซึ่งได้ความว่า ชาวประมงจะออกเรือหาปลาประมาณ ตี 3-ตี 4 อุปกรณ์ที่ใช้มี 2 อย่าง คือ เรดาร์ที่ใช้หาว่าปลารวมตัวเป็นฝูงอยู่บริเวณใด และ อวนสำหรับจับปลา พอ 6-7 โมงเช้าจึงกลับขึ้นฝั่งเอาปลาออกจากอวน คัดขนาดปลา แล้วรอพ่อค้ามารับซื้อ จากนั้นพ่อค้าบางคนจะนำปลาที่ซื้อไปกระจายต่อ

ให้บ้านหลังอื่นในหมู่บ้านเดียวกันที่รับจ้างแปรรูปปลา ออกกะแ้วทำการล้างปลาให้สะอาด ก่อนนำไปตากแดด แล้วยัดใส่ถุงพลาสติก เตรียมจำหน่ายแก่ผู้บริโภค

การติดตามดูขั้นตอนการเดินทางของปลาออกกะแ้ว ผู้บริโภคของทีมงาน ทำให้พวกเขาค้นพบต้นตอของปัญหาที่ทำให้ราคาขายต้นทางถูก แต่กลับสูงขึ้นเมื่อถึงมือผู้บริโภค จากระบบการทำปลาออกกะแ้วที่ไม่เบ็ดเสร็จ ในครัวเรือน คือครอบครัวที่ออกเรือไม่ได้แปรรูปเอง ต้องส่งผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่วนครอบครัวที่แปรรูปจะทำหน้าที่เพียงรับปลาต่อจากพ่อค้ามาแปรรูป ไม่มีการออกเรือทำประมง มีเพียงแค่ 3-4 ครอบครัวเท่านั้นที่ทั้งออกเรือและแปรรูปปลาออกกะแ้วเอง ทำเสร็จแล้วก็ขายหน้าบ้านตัวเอง ไม่หาตลาดอื่นเพิ่มแต่อย่างใด จึงมีลูกค้าอยู่ในวงจำกัด ขณะเดียวกันทีมงานก็พบเรื่องราวดีๆ ของชุมชนจากกรณีการออกเรือหาปลาของเหล่าชาวประมงที่เวลาเรือลำนไหนเจอปลาก่อนจะวิทย์ไปบอกคนอื่นด้วยว่าปลาอยู่ตรงไหน ซึ่งทำให้เห็นภาพ **“การช่วยเหลือเกื้อกูล”** กันของคนในชุมชน



“การบริหารจัดการเวลาไม่ได้ ทำให้รู้สึกท้อจนเกือบหมดไฟทำงานหลายครั้ง แต่เพราะการลงชุมชนให้ความสนุกและโอกาสเรียนรู้จากการลงมือทำจริง ในพื้นที่จริง ผ่านความเดือดร้อนจริง เพื่อช่วยชุมชนให้ดีขึ้น ทำให้มีแรงฮึดสู้ต่อเรื่อยๆ ซึ่งความพยายามอย่างไม่ยอมถอยก็ค่อยๆ สร้างความเปลี่ยนแปลงให้พวกเขา ไม่ว่าจะเป็นมุมมอง ความคิด นิสัย และพฤติกรรม”

ปลาพาเปลี่ยนแปลง

ถึงจะเข้าใจความเป็นมาของปลากกะแร้ ค้นพบปัญหาหลักของการเพิ่มมูลค่าปลา และเจอเรื่องราวปลิกย่อยมากมายที่สามารถนำมาประกอบเป็นเรื่องเล่าชิ้นใหญ่ได้แล้ว แต่ทีมงานบอกว่ายังไม่เพียงพอต่อการสร้างเรื่องเล่า เพราะพวกเขายังไม่เคยลงเรือประมงไปดูการจับปลาด้วยตาตัวเอง ซึ่งมองว่าเป็นประสบการณ์ตรงที่สำคัญที่จะทำให้เข้าใจความยากลำบากของชาวประมงที่ทำให้เรื่องเล่าสมบูร์กยิ่งขึ้น

“วางแผนกันว่าอยากลงเรือไปดูตั้งแต่ขั้นตอนจับปลา เพราะข้อมูลตอนออกเรือที่เราได้ มาจากการสอบถาม

ชาวบ้านเท่านั้น คิดว่าถ้าได้ไป/ดูของจริงน่าจะเห็นปัญหา หรือความยากลำบากอื่นๆ ที่จะมีผลต่อเรื่องเล่าด้วย”
ริชชี เล่า

ทว่าแผนการที่วางไว้ต้องพบกับปัญหาที่ควบคุมไม่ได้ ความแปรปรวนของท้องทะเล ชาวบ้านจึงออกเรือน้อยลง และมักไม่ตรงกับเวลาที่ทีมงานสะดวกลงพื้นที่ ต่อมาเกิดพายุเข้า ชาวบ้านต้องงดออกเรือนานนับเดือน ส่วนตัวทีมงานเองก็เริ่มติดภารกิจการเรียน กับทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัย กระทั่งปิดเทอม ต้องแยกย้ายกันกลับบ้านกว่า 2 เดือน จนถึงตอนนี้ก็ยังไม่ได้ออกเรือประมงตามที่ตั้งใจไว้ แต่ก็ได้ให้บทเรียนแก่ทีมงานที่จะเป็นประโยชน์แก่การทำโครงการในปีต่อไป หรือคนอื่น



ที่อยากเข้ามาทำโครงการ 2 เรื่องคือ “เวลากับระยะทาง” ที่ไม่ควรเลือกพื้นที่ไกลๆ เพราะจะเสียเวลาไปกับการเดินทางค่อนข้างมาก และกลายเป็นเรื่องยากที่จะหาเวลาไปลงชุมชน เนื่องจากต้องมองหาวันที่ว่างจริงๆ เพื่อไม่ให้กระทบกับงานอื่น

ทีมงานยอมรับว่า การบริหารจัดการเวลาไม่ได้ ทำให้รู้สึกท้อจนเกือบหมดไฟ ทำงานหลายครั้ง แต่เพราะการลงชุมชนให้มีความสุขและโอกาสเรียนรู้จากการลงมือทำจริง ในพื้นที่จริง ผ่านความเดือดร้อนจริง เพื่อช่วยชุมชนให้ดีขึ้น ทำให้มีแรงฮึดสู้ต่อเรื่อยๆ ซึ่งความพยายามอย่างไม่ยอมท้อถอยก็ค่อยๆ สร้างความเปลี่ยนแปลงให้พวกเขา ไม่ว่าจะเป็นมุมมอง ความคิด นิสัย และพฤติกรรม

ริชชีที่เป็นหัวหน้าทีม ได้รับคำสะท้อนจากเพื่อนๆ ว่า รู้จักกระจายงานให้เพื่อนทำมากขึ้น จากเมื่อก่อนจะแบกภาระงานไว้ที่ตัวเองทั้งหมด โดยริชชีบอกว่า “ถ้าเรียนจบเราคงไม่ได้ทำงานด้วยกันแบบนี้ ผมจึงอยากให้เพื่อนได้พัฒนาตัวเอง เลย์แบ่งงานให้ทำ แต่ก็เพราะเข้ามาทำโครงการนี้ ที่ได้ใช้กระบวนการคิดค่อนข้างเยอะในการทำงานแต่ละขั้น จึงรู้ว่าควรแบ่งงานอย่างไร”

สำหรับใจ บอกว่า เขากล้าคุยมากขึ้น เพราะมั่นใจในข้อมูลที่รู้ และรู้จักปรับคำพูดเวลาคุยกับผู้ใหญ่ให้สุภาพขึ้น

ส่วนเนท ให้เหตุผลที่ตัวเองกล้าแสดงออกมากขึ้นว่า การทำโครงการทำให้เขาต้องแสดงความคิดเห็นในการทำงานกับเพื่อนบ่อยๆ จนเกิดแรงผลักดันให้กล้าแสดงออก





ด้านแพคเล่าว่า เคยมาดเนินและซ้อาย กระทั่งมาทำโครงการนี้จึงเริ่มกล้าพูดคุยกับผู้คนมากขึ้น กลายเป็นคนกล้าแสดงออก ขณะเดียวกันก็หนุนเสริมให้รู้จักวางแผนเตรียมตัวในการเรียนและการสอบ จนผลการเรียนของเขาดีขึ้น

หม่า เสริมว่า “การเข้ามาทำโครงการนี้ ทำให้ผมได้ความรู้ที่มากกว่าในห้องเรียน ทั้งการเรียนรู้ชุมชนและวิถีชีวิตผู้คน ช่วยฝึกทักษะการเข้าหาผู้คน กระบวนการทำงาน และการวางแผน แตกต่างจากชีวิตเดิมที่แค่อาจเรียนจบ รับปริญญา แล้วหางานทำ ขณะเดียวกันก็ได้นำความรู้จากห้องเรียนไปใช้ประโยชน์ในการทำกิจกรรม เช่น การวิเคราะห์ SWOT² ที่ได้ใช้ทั้งหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จนทำให้เข้าใจวิชาที่เรียนมากขึ้น และได้คำตอบว่าเรียนไปทำไม”

ถึงวันนี้การทำโครงการของพวกเขาจะหยุดเดินก่อนถึงเป้าหมายด้วยเหตุผลด้านเวลาที่ไม่เอื้ออำนวย แต่ทีมงานก็บอกว่า วันข้างหน้าถ้ามีโอกาสทำสิ่งดีๆ ที่ช่วยเหลือคนอื่นอีกจะทำให้สุดความสามารถกว่าเดิม ซึ่งความมุ่งมั่นและจริงจังที่อยากทำเพื่อส่วนรวมของพวกเขา จึงทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงจากภายในอันเป็นคำตอบของเป้าหมายโครงการที่มีค่ามากกว่าความสำเร็จเชิงรูปธรรม นั่นคือ “สำนึกความเป็นพลเมือง” ที่ค่อยๆ เบ่งบาน

ริชชีเป็นตัวแทนเพื่อน ๆ เล่าถึงข้อค้นพบอีกข้อที่พวกเขาไม่เคยคาดคิดว่า “การลงพื้นที่ทำให้เราใส่ใจมากขึ้นว่า แผนการตลาดที่เราคิดทำนั้นจริง ๆ แล้วใช้สิ่งที่เขาอยากได้หรือไม่ แล้วสิ่งที่เรากำลังจะทำสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างไรต่อวิถีชีวิตของเขา มันสอนให้เราคิดถึงชุมชน สิ่งแวดล้อม สภาพพื้นที่ ว่าเราได้ให้อะไรกลับคืนแก่ชุมชนบ้าง ซึ่งต่างจากเมื่อก่อนที่เคยเข้าใจว่าการวางแผนการตลาดมีแต่เรื่องเงินเกี่ยวข้องกับเท่านั้น”

² กลยุทธ์หรือเทคนิคด้านการตลาดรูปแบบหนึ่ง (ที่มา: <https://www.im2market.com/2015/05/08/403>)



“การทำโครงการย้อนกลับมาเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี เช่น นักศึกษาสาขาการตลาดต้องเรียนวิชาท้องถิ่นศึกษา สังคมวัฒนธรรมไทย ผู้ประกอบการสังคม และวิชาหลักการตลาด ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่านักศึกษาสามารถเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ จากการทำโครงการไปใช้ในวิชาเรียนได้ แต่ที่ดีที่สุดคือ การพัฒนาทักษะชีวิตและวิธีคิด เพราะท้ายที่สุดคงไม่มีใครปฏิเสธว่า สังคมไทยกำลังต้องการเยาวชนที่เข้าใจและเคารพ ภูมิปัญญาของผู้คน เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นแล้ว กับนักศึกษาของเรา”

กระบวนการสร้างนักรการตลาดเพื่อสังคม

รองศาสตราจารย์.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ในฐานะที่ปรึกษา บอกว่า ด้วยนโยบายของคณะที่ต้องการผลิตนักรการตลาดที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อสังคม เราจึงพยายามสอนนักศึกษาให้เห็นประโยชน์ของส่วนรวม มากกว่าประโยชน์ส่วนตัว จึงต้องหาวิธีให้นักศึกษาออกไปรับใช้ชุมชนสังคม ปกตินักศึกษาจะมีการออกค่ายอาสา กันอยู่แล้ว แต่การที่เขาได้รู้จักรากเหง้าของชุมชน ให้ความสำคัญกับชุมชน ให้คนอื่นก่อนให้ตัวเองเป็นสิ่งสำคัญมาก การเรียนในห้องเรียนอย่างเดียวคงไม่สามารถสร้างนักศึกษาที่มีคุณลักษณะเช่นนี้ได้ มหาวิทยาลัยศิลปากรจึงได้ทำบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding) กับมูลนิธิสยามกัมมาจล ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ส่งนักศึกษาเข้าร่วมโครงการพลังเด็กและเยาวชนเพื่อการเรียนรู้ภูมิสังคมภาคตะวันตก เพื่อแสดงถึงความตั้งใจจริงที่จะร่วมมือกันสร้างเยาวชนที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ให้สังคมไทย

“การที่นักศึกษาได้มีโอกาสลงไปเรียนรู้ชุมชน ยิ่งทำให้เขารู้จักรากเหง้าและเข้าใจชุมชน รู้จักการแบ่งปัน และรับความรู้ เพราะเวลาเขาลงไปชุมชน ไม่ใช่ไปช่วยชุมชนอย่างเดียว แต่ต้องรับฟังและรับความรู้จากชุมชนด้วย วันนี้รู้เลยว่านักศึกษารู้จักเข้าหาชุมชน เขาต้องการ “ให้” ชุมชนด้วยใจจริง ยอมสละเวลาส่วนตัว เสียเวลาเดินทางเป็นชั่วโมงก็ไป เพราะ “ใจ” ที่อยากช่วยเหลือชุมชน แม้โครงการจะจบ แต่พวกเขายังคิดสานต่อหาวิธีช่วยเหลือชุมชน บ้านโดนตนน้อยต่อไป”

รองศาสตราจารย์.ดร.พิทักษ์ บอกว่า การเป็นที่ปรึกษา เราจะไม่บอกว่ นักศึกษาต้องทำอะไร 1 2 3 4 แต่ทั้งหมดต้องเกิดจากการที่เขาคิดทำด้วยตัวเอง วิธีที่ใช้คือ ลงพื้นที่ด้วยกัน แล้วถามนักศึกษาว่า เขาเห็นอะไร อยากจะทำอะไร คิดและนำเสนอแผนให้เราฟัง ทั้งโจทย์ โครงการ กิจกรรม และกระบวนการทำงาน ส่วนบทบาทของที่ปรึกษา คือ การให้คำแนะนำ

และคอยดูการเติบโตของงามทางความคิดและจิตใจที่ได้จากการลงมือทำ เป็นการ “สร้างโอกาส” ให้เขาได้เรียนรู้จากของจริง

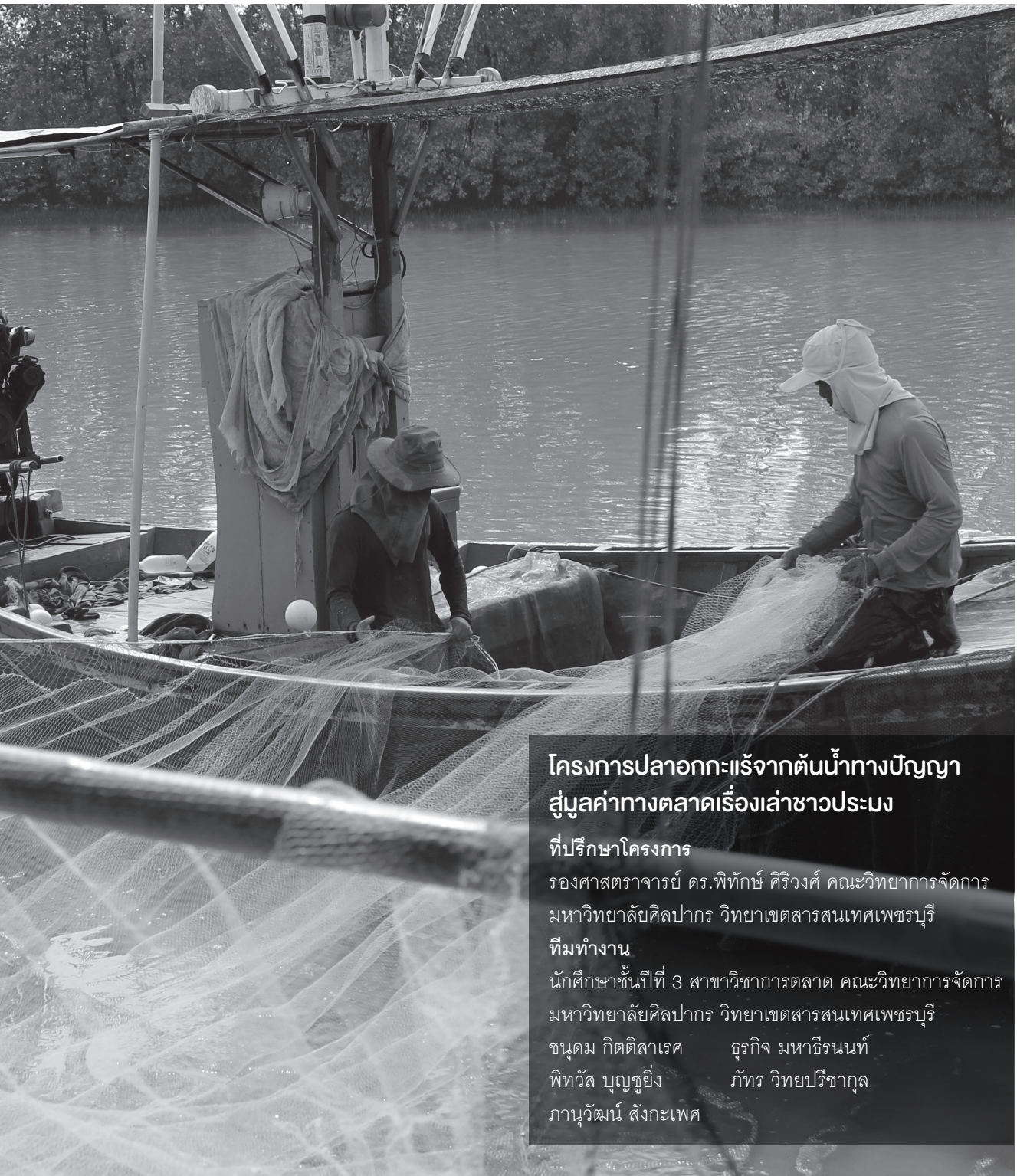
นอกจากนี้การทำโครงการย้อนกลับมาเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี เช่น นักศึกษาสาขาวิชาการตลาดต้องเรียนวิชาท้องถิ่นศึกษา สังคมวัฒนธรรมไทย ผู้ประกอบการสังคม และวิชาหลักการตลาด ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่านักศึกษาสามารถเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ต่างๆ จากการทำโครงการไปใช้ในวิชาเรียนได้ แต่ที่ดียิ่งที่สุดคือ การพัฒนาทักษะชีวิตและวิคิด เพราะท้ายที่สุดคงไม่มีใครปฏิเสธว่า สังคมไทยกำลังต้องการเยาวชนที่เข้าใจและเคารพภูมิปัญญาของผู้คน เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นแล้วกับนักศึกษาของเรา

นักศึกษาส่วนใหญ่จะลงชุมชนไปด้วยวิธีวิจัยพื้นฐาน ที่สามารถนำมาต่อยอดกับวิชาการเบียบวิธีวิจัย 1 และ 2 ได้ และมีแนวโน้มว่าเขาจะกลับไปทำวิจัยเรื่องการตลาดของชุมชนหรือต่อยอดไปสู่งานวิจัยที่ใหญ่ขึ้น เพราะเริ่มคุ้นชินและรู้ว่าการตลาดเพื่อชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งที่ผ่านมาเขาไม่มีทางคิดเช่นนั้นได้ คิดจะทำแต่การตลาดที่ตอบสนองทุนนิยมเท่านั้น แต่โครงการนี้กระตุ้นให้นักศึกษากลุ่มนี้เริ่มคิดและมองเห็นว่าน่าจะทำวิจัยกับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเชื่อว่าภาคการศึกษาหน้าคงจะมีโจทย์วิจัยเช่นนี้ออกมาแน่นอน

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ บอกต่อว่า จริงๆ แล้วการเรียนการตลาดมีวิชาที่เกี่ยวข้องกับชุมชนหลายตัว การได้ทำโครงการนี้จึงเป็นโอกาสให้เขาได้เรียนรู้ชุมชนอย่างแท้จริง จนรู้ว่า ความรู้ทางการตลาด ผสมกับทักษะการวิจัย สามารถให้คำตอบของชุมชนได้ และยังทำให้เขามองเห็นความสำคัญของคนระดับรากหญ้ามากกว่าผู้คนในเชิงธุรกิจ กลายเป็น “**นักการตลาดเพื่อสังคม**” ที่รับใช้ชุมชนสังคมได้อย่างแท้จริง

เรื่องราวของการตลาดกับการเรียนรู้ชุมชนที่ฟังดูห่างไกลกันคนละแ่งมุม แต่ความรู้จักกับชุมชนถูกเชื่อมโยงให้ใกล้กันผ่านการทำโครงการเพื่อชุมชนที่เอื้ออำนวยให้ว่าที่นักการตลาดเพื่อสังคมกลุ่มนี้เข้าไปช่วยแก้ปัญหาของชุมชน จนทำให้ได้เรียนรู้ และเกิดความเปลี่ยนแปลงวิคิดเรื่องการตลาดว่าไม่ควรยึดติดแต่กระแสนิยมเพียงอย่างเดียว แต่ควรคำนึงถึงชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนสังคมที่ต้องอาศัยกันอย่างเกื้อกูล





โครงการปลาออกกะแฉักจากต้นน้ำทางปัญญา สู่มูลค่าทางตลาดเรื่องเล่าชาวประมง

ที่ปรึกษาโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ทีมงาน

นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ชนุดม กิตติสาระศ รุทธิจ มหาธีรนนท์

พิทวัส บุญชูยิ่ง ภัทร วิทยปรีชากุล

ภาณุวัฒน์ สังกะเพศ